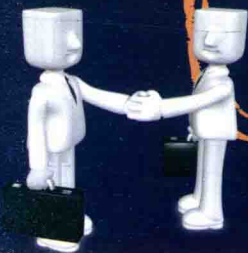


如何说 客户才会听

周希希 / 著

怎样听 客户才肯说



吃透客户心理，让每一单都成交
没有难搞定的客户，只有你看不透的心理
掌控客户心理，成为销售之王

如何说 客户才会听

周希希 / 著

怎样听 客户才肯说

北京时代华文书局

图书在版编目 (CIP) 数据

如何说客户才会听, 怎样听客户才肯说 / 周希希著. — 北京: 北京时代华文书局, 2016.8
ISBN 978-7-5699-1337-8

I. ①如… II. ①周… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 312713 号

如何说客户才会听, 怎样听客户才肯说

Ruhe Shuo Kehu Calhui Ting, Zenyang Ting Kehu Calken Shuo

著 者 | 周希希

出 版 人 | 王训海

特约编辑 | 王 生

责任编辑 | 周海燕

装帧设计 | 李 艾

责任印制 | 刘 银

出版发行 | 北京时代华文书局 <http://www.bjsdsj.com.cn>

北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际大厦 A 座 8 楼

邮编: 100011 电话: 010-64267955 64267677

印 刷 | 三河市金泰源印务有限公司

(如发现印装质量问题, 请与印刷厂联系调换)

开 本 | 787mm×1092mm 1/16 印 张 | 16 字 数 | 252 千字

版 次 | 2017 年 2 月第 1 版 印 次 | 2017 年 2 月第 1 次印刷

书 号 | ISBN 978-7-5699-1337-8

定 价 | 35.00 元

版权所有, 侵权必究

前言

销售是一个奇妙的过程，销售员通过“说”和“听”就将产品卖给各种各样的人。所以要想做好销售，销售员说的能力和听的能力就显得尤为重要。

在现实销售中，很多销售员都会感到困惑，有时候认为自己明明和客户说得很好，但是不知道为什么出口的话却总将客户惹恼，直到和客户搞得不欢而散；而明明自己已经听明白了客户的话，但是总是不能准确掌握客户的需求，导致销售一次次失败。

最终的结果是：不但业绩不佳，还搞得连连跌跟头。

其实像这种“好心说坏话”和不能听明白客户意思的情形在销售中经常出现。这就是销售员没有掌握好销售沟通中最重要的两点——说的能力和听的能力。

关于说的能力。

销售员话术的影响力始终贯穿整个销售过程，并会在销售工作的每个环节上对最终的销售结果产生巨大的影响。

举例来说，销售员去见客户，知道客户现在已经结婚了，但是三十几岁还没有孩子。如果销售员随口就问：“为什么不要孩子？”这就有可能造成客户的不满，因为客户很可能有不得已的苦衷。

如果是客户不愿意生还好，但是如果是客户自己有问题不能生孩子，销售员这样问客户就直接撞枪口上了。销售员问到客户的痛处，还想成交吗？客户礼貌地让你赶紧出去就是对销售员最大的宽容了。

那么销售员这句话是坏话吗？显然不是。销售员这么问可能是无心的，也

可能是想关心客户，不管从哪方面看这句话都不是在讽刺客户。但是因为客户有隐痛在身，所以销售员这么问客户就不行，就不能成交。

这个案例就能很充分地说明，为什么销售员会“好心说坏话”。在整个销售过程中，没有一句话是销售员可以随便说的，因为销售员不知道哪句话就会刺激客户，所以学习一些说话技巧是非常重要的。

销售员掌握说话的艺术，能和客户之间建立一种信任，能帮助销售员迅速解决客户内心对产品和服务的疑虑；同时，掌握了说话的艺术，还能帮助销售员处理与客户之间的各种各样的关系和冲突，使销售员牢牢掌握住新老客户。

关于听的能力。

“听”和“说”是销售沟通中同等重要的存在，听的能力也贯穿整个销售过程，也会对销售的每个环节产生巨大的影响。

比如销售员在去拜访客户的时候，在闲谈中客户对销售员说：“最近左边的牙很疼，可能上火了。”听到这样的话，销售员应该怎样反应，有没有听出客户的背后需求？

当客户这么说以后，销售员什么都不表示，客户也不会说什么；销售员如果用语言来关心客户，客户会对销售员表示感谢；那么如果销售员跑去给客户买药，客户会怎样感谢销售员呢？

很明显，如果客户选择成交，一定是用第三种方式处理的销售员会最先成交，这就是听出客户背后的需求和听不出客户背后需求之间的差距。

会听和会说的销售员成交的机率要远远高于不会听和不会说的销售员，两者之间差的就是一些听和说的知识与技巧。

本书《如何说客户才会听，怎样听客户才肯说》正是基于这样的认识，针对销售员提升自己听说能力的现实需求，并且根据相关领域内的知识进行研究、讨论，对现有知识进行了优化、设计与重组，以求在内容编排与语言风格上满足读者需求。

书中没有夸夸其谈的大道理，以一些小故事、经典的小案例为基础，用最易于吸收的形式和最简洁的表达为销售员献上一份大餐。

《如何说客户才会听，怎样听客户才肯说》这本书将使销售员快速成长，在知识和技巧上得到全面的提升，让销售员从平庸走向优秀，最终无往而不胜。

|| 目录 ||▶▶

上篇 销售是一门“说”的艺术

第一章 销售就是一种说话的艺术

- 第一节 好口才就是要学会说和听 // 004
- 第二节 训练自己“见什么人说什么话” // 007
- 第三节 絮絮叨叨的不是好口才 // 010
- 第四节 用沟通提升好感度 // 013
- 第五节 礼仪是沟通的前提 // 016
- 第六节 问，要从这些方面入手 // 019
- 第七节 营造具有吸引力的说话磁场 // 022

第二章 沟通开始要学会这些技巧

- 第一节 第一次见面的问候 // 026
- 第二节 自我介绍要精心设计 // 028
- 第三节 精彩的开场白要这样打造 // 031
- 第四节 你说话的声音也要打造 // 034
- 第五节 隐藏在身体里的气势能帮助你 // 037
- 第六节 在谈话开始学会和客户保持一致 // 040
- 第七节 从开始就要多听少说 // 043
- 第八节 找话题学会就地取材 // 046

第三章 面对客户你要注意这些

- 第一节 想多说话的时候要注意这些 // 050

- 第二节 销售员要学会称赞客户 // 053
- 第三节 和客户开玩笑要谨慎 // 056
- 第四节 唱反调可不是你聪明的表现 // 059
- 第五节 委婉表达反对更容易被接受 // 062
- 第六节 刻意彰显自己会让客户反感 // 064
- 第七节 质问客户就等于失败 // 067
- 第八节 同语异义词会让客户产生误解 // 070

第四章 说话也需要有智慧

- 第一节 请不要吝惜你的赞美 // 074
- 第二节 男客户和女客户说话方式不一样 // 077
- 第三节 说话最好“淡妆”不要“浓抹” // 080
- 第四节 把话说死了，你就走上了绝路 // 083
- 第五节 难题面前可以使用这样的技巧 // 086
- 第六节 话不要一次都说完 // 089
- 第七节 无效回答就是最好的回答 // 092
- 第八节 看准时机说对话让你事半功倍 // 095

第五章 不妨在说话的时候用点“心思”

- 第一节 “答非所问”永远走在客户前面 // 098
- 第二节 遇到不合理要求，学会转移问题 // 101
- 第三节 说话不能太循规蹈矩 // 103
- 第四节 站在客户的角度更能打动人 // 106
- 第五节 让客户感受到快乐，更容易成交 // 108
- 第六节 根据客户的穿着制定说话策略 // 110

第六章 如何才能让别人听你说

- 第一节 幽默是成交的利器 // 114
- 第二节 销售中两点之间不是直线最短 // 117

- 第三节 引导客户说“是” // 120
- 第四节 学会给客户讲故事 // 123
- 第五节 引起客户好奇心的说话技巧 // 126
- 第六节 专业的话语更能打动客户 // 129

第七章 如何才能说到客户心坎上

- 第一节 学会用话语攻心 // 134
- 第二节 一定要用最适合的称呼 // 137
- 第三节 充分调动顾客的想象力 // 140
- 第四节 使用暗示帮助客户 // 143
- 第五节 不妨替客户做决定 // 145

第八章 学会使用这些计策

- 第一节 欲擒故纵抓住客户 // 150
- 第二节 激将法不要乱用 // 153
- 第三节 旁敲侧击可能更加有效 // 155
- 第四节 有时“糊涂”是聪明的表现 // 158
- 第五节 有意岔开话题，再找机会 // 161
- 第六节 “声东击西”更易成交 // 163
- 第七节 以退为进，让客户主动成交 // 166

下篇 销售也是一门“听”的艺术

第九章 你想听什么不重要，重要的是客户说什么

- 第一节 倾听是送给客户最好的礼物 // 172
- 第二节 你必须对客户的话表现出兴趣 // 175
- 第三节 不会听就不知道客户的需求 // 178
- 第四节 你想听什么不重要，客户说什么才重要 // 181
- 第五节 要尽可能地让客户多说话 // 184

第六节 听完客户的话你才有机会 // 187

第十章 客户的话总有玄机

第一节 客户的话中是包含成交信号的 // 192

第二节 听客户说话要学会听背后的音 // 195

第三节 没有拒绝就没有成交 // 198

第四节 开口前得先听懂 // 201

第五节 听到客户常用拒绝语后的应对 // 203

第六节 搞懂客户所说的话，需要有效倾听 // 206

第十一章 听过之后，销售员应该怎么做

第一节 倾听时如何做到适时回应 // 210

第二节 与客户争辩销售员损失巨大 // 213

第三节 客户在沟通中有被附和的需求 // 216

第四节 把握否定客户的度 // 219

第五节 批评是客户送给你的礼物 // 222

第六节 听到客户话里带刺怎么回应 // 225

第十二章 倾听中这些事情最好不要做

第一节 不要假装倾听，因为客户可以看出来 // 230

第二节 在客户没说完之前不要武断地下结论 // 233

第三节 你的不耐烦一定会把客户赶走 // 236

第四节 不要在倾听的时候想怎样反驳客户 // 239

第五节 一定要配合肢体语言去听 // 242

第六节 “听”和“说”一样都不能少 // 245

上篇

销售

是一门『说』的艺术

第十章 销售推广与促销 407

第十章 销售推广与促销

第一节 销售推广与促销的概念 407

一、销售推广与促销的定义 407

二、销售推广与促销的作用 408

三、销售推广与促销的分类 409

四、销售推广与促销的制定 410

五、销售推广与促销的评估 411

第十一章 广告与促销组合策略 412

第一节 广告与促销组合策略的概念 412

一、广告与促销组合策略的定义 412

二、广告与促销组合策略的作用 413

三、广告与促销组合策略的分类 414

四、广告与促销组合策略的制定 415

五、广告与促销组合策略的评估 416

第十二章 销售促进与公共关系 417

第一节 销售促进与公共关系的概念 417

一、销售促进与公共关系的定义 417

二、销售促进与公共关系的作用 418

三、销售促进与公共关系的分类 419

四、销售促进与公共关系的制定 420

五、销售促进与公共关系的评估 421

第一章



销售就是一种说话的艺术

第一节 好口才就是要学会说和听

销售是世界上最复杂的工作，也是世界上最简单的工作。

之所以说复杂，是因为销售面对的是人，不同的人有不同的想法，所以显得很复杂；之所以说简单，是因为在销售中最主要的两方面“说”和“听”都是有技巧的，只要你学会了，那么成交就变得相对简单了。

销售沟通的重要性，在于可以从沟通中了解到客户的相关信息，从中能分析出客户需求。有需求就有成交，只要销售员能把握机会，那么成交就不会太难。

“说”作为销售沟通中的重要部分，历来被销售员所重视。但是在销售中面对客户应该说什么、怎么说，这些都是有技巧的。说得对，成交就是水到渠成的事情，说得不对，成交就可望而不可及了。

从一个卖粥的小故事中就能体验到销售语言的魅力。

有两家粥铺开在对门，客流量几乎都一样。但是每天在算账的时候，南边的粥铺总要比北边的粥铺利润多出两百元左右，这是为什么呢？

当我们走进北边粥铺的时候，服务员非常热情，微笑着问需要什么。客户点好自己想吃的后，服务员就会问：“您加不加鸡蛋？”客户说加，那就加一个，如果不加就算了。

而到了南边的粥铺，服务员同样非常热情，在客户点好自己想吃的东西后，这个服务员也开口了，但是和北边服务员说的不一样，她会问：“您是一个鸡蛋，还是加两个鸡蛋？”

从两边粥铺的服务员的话语中，我们就能感受到差距，都是让客户选择，但是最终的结果是不一样的。第一家客户在选择的时候只有加和不加两种，而第二家则是在加一个鸡蛋还是加两个鸡蛋之间选择，这对最终的利润有巨大的影响。

销售沟通中“说的艺术”就在这里体现出来了。

案例虽小，但是道理却不小。销售沟通中的“说”对销售结果会产生巨大的影响，可能你不经意的一句话就会改变整个销售结果。所以在销售过程中，销售员说什么、怎么说，哪些能说、哪些不能说，必须要经过深思熟虑，这也是优秀销售员和普通销售员之间的区别。

销售沟通中还有一项重要内容就是“听”。很多销售员认为销售中“说”是主要的，“听”是次要的，这只能证明你对销售的理解还不够深刻。因为在销售中，“听”和“说”是一样重要的，少了任何一个都会影响最终的成交。

当客户出现在我们面前时，我们并不知道客户的内心想法，而要在短暂的接触过程中了解客户的内心需求，那么就必须从客户的言语中听出信息来，再加上相应的策略，这样才能为最终的成交打下基础。

有关通过倾听客户说话促成最终成交的案例数不胜数。

张姐是一名服装店销售员。一天店里来了一位女士，张姐热情地招呼这位顾客，但是顾客的反应却有点冷淡，张姐就和这位顾客有一句没一句地聊天。

从聊天中张姐得知，顾客孩子的年龄跟自己孩子的年龄差不多。于是她就主动和顾客聊起了孩子的话题。一说到孩子，这位顾客就打开了话匣子。张姐认真地倾听，并就顾客说的一些事情和她进行了简单的讨论。

在得知顾客的孩子喜欢汽车模型以后，张姐向客户推荐了一个地方，说那里的汽车模型又多又好，客户显得非常开心。

本来这个顾客只想进店来看看有没有适合自己孩子的衣服，因为聊得非常开心，再加上张姐的推荐，最终买了一套亲子装回去。

这就是从客户谈话中抓住了关键信息，引起了客户的兴趣，然后针对客户

的兴趣制定有针对性的销售策略，最终完成了成交的故事。

实际上，在销售过程中，倾听所占的比重非常大，曾经有专业机构进行过调查，在顶尖的销售员中，他们倾听的时间几乎达到了70%，可见“听”在销售中的重要地位。

“听”是销售员了解客户内心需求的最重要渠道，也是最终成功成交的前提。想要知道客户真正需要什么，销售员就必须做一个好听众。客户也喜欢倾听者，因为他们也有表达的意愿，你满足了，整个销售过程就变得简单多了。

总体来看，“听”和“说”是销售员和客户沟通桥梁的两大支柱，少了任何一个，这座沟通的桥梁都会变得不再稳定。因此，想成为销售精英，你就必须在这两方面多下功夫。

关于“听”和“说”，有以下几点需要提醒销售员注意：

1. 正确认识“听”和“说”的关系。
2. 学会从倾听中抓住客户需求。
3. 学会有针对性地制定销售语言策略。
4. 多学习一些倾听的知识和技巧。
5. 多学习一些说话的知识和技巧。

第二节 训练自己“见什么人说什么话”

销售实际上是一个双向交流的过程，因为销售员和客户之间必须经过交流才能完成最终的成交，而这个交流的过程就是销售员影响客户的过程，同时也是客户影响销售员的过程。

而销售员要想在销售中最终成交，与客户沟通中占不占主动并不重要，因为不同的客户的行为方式也是不一样的：有的非常强势，喜欢自己做主；也有的人就是不喜欢做主，需要销售员来替自己做主。面对不同的人，销售员必须要学会不同的处理方式，更重要的是，要见什么人说什么话。

那么作为销售员，怎样才能“见什么人说什么话”呢？

在销售中，客户分成四类，面对这四种不同类型的人，销售员的说话方式也不一样。

1. 征询类型的客户

这种类型的客户，说话的时候往往不会直接，而是喜欢用商量的口气来说话。他们在说话的时候也不会直接下结论，而是喜欢含蓄地表达。这种客户的语言表达类型是这样的：“今天晚上我们去看电影好吗？”

这样的客户在说话语气上一般都比较平和，同时语速也相对较慢，他们不喜欢和别人争论，更不喜欢和别人对抗。对于他们来说，即便是自己的观点正确，但是对方不赞同，他们也不会与之发生争辩。

所以遇到这种类型的客户，销售员在说话上要注意，不要使用过于强硬的词语，更不能使用刺激性强的词语和口气说话。但是，在说话的时候要替这些客户做决定，因为这种类型的客户往往到了做决定的时候就变得非常犹豫。

2. 命令类型的客户

这种客户非常直接，在表达上倾向于直接表达自己的看法，并且喜欢直接说出结论。在语言上，商量是他们最厌恶的事情，他们语言表达的类型是这样的：“今天晚上我们看电影。”

这种类型的客户说话语速比较快，同时态度也非常坚定，在他们这里你不会听出犹豫。他们的说话声音也会很大，说话喜欢强调重点，不喜欢和别人讨论来讨论去。这种类型的客户也是比较固执己见的人。

在面对这类客户的时候，销售员千万不要替他们做主，而是要迅速且明确地将产品或者事情的重点表达清晰，在语言上不要对抗，只要做到迅速、简单明了就好。

3. 人际关系类型的客户

这类客户是一种非常注重人际关系的人。因为在他们的认识中，只有搞定人，事情才能办好，有着良好的人际关系，问题就会迎刃而解。这种类型的客户谈话的时候喜欢先拉关系，非常注重个人的感受，他们的语言表达方式是这样的：“你这样说话太让人伤心了。”

这种客户的另一个特点是动作比较多，他们非常喜欢使用肢体语言表达自己，所以在交流的时候给我们的感觉是很活泼的。

他们在率先表达的时候往往也希望得到销售人员的回应。在面对这种客户时，销售员在说话方式上一定要注意，需要表现出非常在意他们的个人感受，因为这种客户对于个人感受是非常重视的。

4. 任务类型的客户

这是一种非常务实的人，他们不会和你天南海北地聊天，在对待问题上会从本身出发，喜欢就事论事。他们往往会隐藏自己的情感，反感别人打探自己的私人事情。他们说话的方式是：“这件事情你这样处理非常不好。”

这种客户相对来说比较严肃，在说完自己的事情之后往往就此打住，不会说其他事情。所以在面对这种客户的时候，做到有什么就说什么，对于其他不相关的事情就不说，说完关键信息以后就打住，说得再多就容易引起反感了。

这四种类型，涵盖了所有的客户人群。面对不同性格类型的客户，销售员